

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

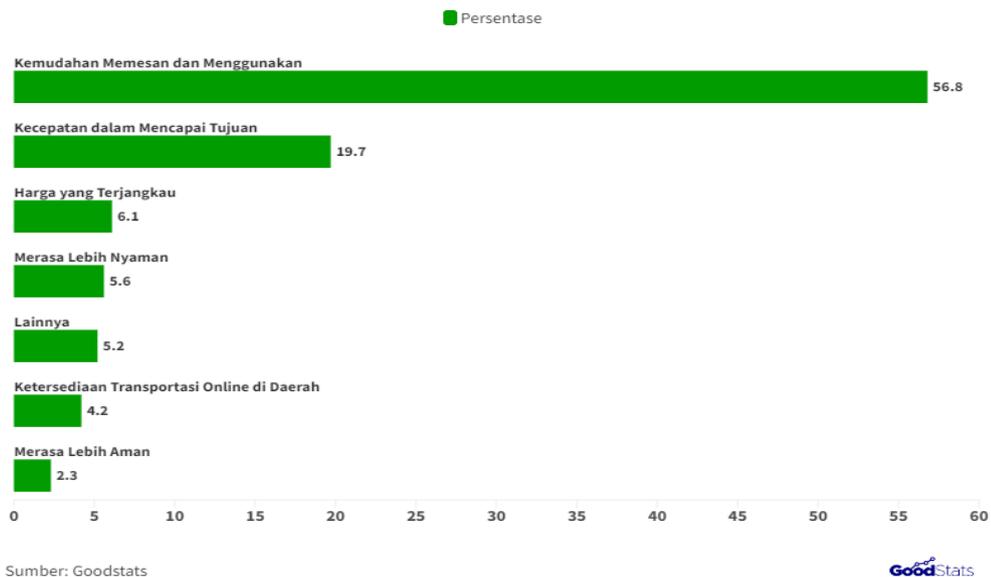
Kemajuan pesat dalam teknologi informasi digital yang tercatat dalam fenomena Revolusi Industri 4.0 telah menghasilkan dampak yang signifikan pada beragam aspek kehidupan, termasuk dalam ranah bisnis startup. Salah satu sektor yang mengalami transformasi luar biasa adalah bidang transportasi. Seiring dengan kemajuan teknologi dan minat yang besar dari perusahaan-perusahaan besar di industri transportasi, konsep Smart Mobility semakin merambah banyak daerah. Dengan adopsi konsep ini, masyarakat dan pemerintah lokal dapat merasakan manfaat efisiensi, keamanan, dan kenyamanan yang dihadirkan oleh integrasi teknologi canggih dalam sistem transportasi. Smart Mobility, sebagai penyatuan teknologi yang menghubungkan realitas fisik dan digital, memiliki tujuan utama dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Fokusnya terutama terletak pada peningkatan kinerja sistem mobilitas yang berkelanjutan. Dengan mengintegrasikan inovasi digital, Smart Mobility bertujuan mengurangi kebutuhan mobilisasi secara efisien, sekaligus mengurangi konsumsi energi dan emisi karbon. Melalui pendekatan ini, Smart Mobility tidak hanya menjadi solusi praktis untuk meningkatkan efisiensi transportasi, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap lingkungan dengan berkontribusi pada upaya pengurangan jejak karbon. Konsep Smart Mobility menonjolkan sifatnya yang ramah lingkungan dengan fokus utama pada penggunaan moda transportasi umum. Perkembangan konsep ini semakin mencuat, terutama melalui maraknya penggunaan transportasi berbasis aplikasi online. Fenomena ini tidak hanya memberikan alternatif yang lebih efisien dan terjangkau dalam pergerakan masyarakat, tetapi juga mengarah pada pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan. Dengan memprioritaskan transportasi umum dan memanfaatkan inovasi aplikasi online, konsep Smart Mobility tidak hanya meningkatkan keterjangkauan transportasi, tetapi juga secara progresif berkontribusi pada upaya pelestarian lingkungan melalui pengurangan penggunaan kendaraan pribadi dan pengoptimalan pemanfaatan sarana transportasi umum (N. Sari & Hayah, 2018).

Transportasi menggunakan ojek telah menjadi bagian esensial dari rutinitas kota-kota besar. Perubahan mendasar dalam industri ini terjadi sejak adanya layanan ojek online melalui platform digital. Perkembangan zaman dalam memanfaatkan internet untuk mengembangkan aplikasi pemesanan layanan ojek secara daring telah mengalami transformasi signifikan dalam mengubah cara tradisional ojek lokal beroperasi menjadi suatu sistem yang terhubung secara digital melalui aplikasi pada perangkat pintar. Sampai saat ini, beberapa perusahaan terkemuka seperti Maxim, Go-Jek, Grab, dan lainnya telah sukses dalam menyajikan layanan transportasi umum berbasis sepeda motor dengan efektif dan efisien. Fenomena ini tidak hanya menciptakan opsi transportasi yang praktis dan mudah diakses bagi masyarakat, tetapi juga membawa perubahan signifikan dalam pola mobilitas kota. Layanan ojek online terus berkembang pesat, memperkuat peran mereka dalam mendukung konektivitas perkotaan dan memberikan solusi transportasi yang adaptif dan inovatif (Ananda *et al.*, 2023).

Perkembangan transportasi online telah membawa revolusi dalam cara kita melakukan perjalanan. Dengan memesan melalui aplikasi yang tersedia di smartphone, pengguna dapat dengan mudah menemukan dan memesan transportasi sesuai kebutuhan mereka. Metode pembayaran yang fleksibel, baik melalui uang tunai maupun pembayaran digital, membuat proses transaksi menjadi lebih praktis. Selain itu, adanya penawaran harga yang kadang ditawarkan oleh layanan transportasi online juga memberikan nilai tambah bagi pengguna, memungkinkan mereka untuk melakukan perjalanan dengan biaya yang lebih terjangkau. Dengan demikian, transportasi online tidak hanya memberikan kemudahan akses, tetapi juga memberikan kemudahan dalam hal pembayaran dan potensi penghematan biaya bagi pengguna (Zatalini & Sari, 2023).

Alasan Memilih Transportasi Online Dibandingkan Transportasi Lain

Berdasarkan Survei Goodstats Juni 2023



Gambar 1.1 Pola Perilaku Masyarakat Indonesia Saat Menggunakan Transportasi Online 2023

Penggunaan aplikasi untuk memesan transportasi online dianggap sangat praktis dan simpel, sehingga jarang menimbulkan kesulitan bagi penggunanya. Persentase 56,8% dari responden menyetujui pernyataan ini. Selain kemudahan penggunaan, transportasi online juga dianggap mampu mengantarkan pengguna dengan cepat ke tujuan mereka. Alasan utama di balik preferensi masyarakat Indonesia terhadap transportasi online adalah karena kecepatannya dalam mencapai tujuan dibandingkan dengan opsi transportasi konvensional lainnya. Tidak hanya itu, harga layanan transportasi online yang terjangkau juga menjadi alasan utama mengapa layanan ini begitu digemari, menurut 6,1% responden. Penawaran menarik dan variasi opsi pembayaran yang tersedia juga memacu minat masyarakat untuk lebih aktif memanfaatkan layanan ini sejumlah 5,6% dari peserta survei menyatakan bahwa mereka lebih menghargai kenyamanan yang ditawarkan oleh transportasi online. Sebaliknya, 2,3% dari responden memilih transportasi online karena merasa lebih aman dibandingkan dengan opsi transportasi lainnya. Hal ini didukung oleh fitur-fitur keamanan yang ada dalam aplikasi transportasi online, yang memberikan rasa tenteram kepada penggunanya. Bahkan dalam keadaan darurat, pengguna merasa yakin bahwa mereka dapat dengan mudah mengakses layanan darurat melalui aplikasi tersebut (Agnes, 2023).

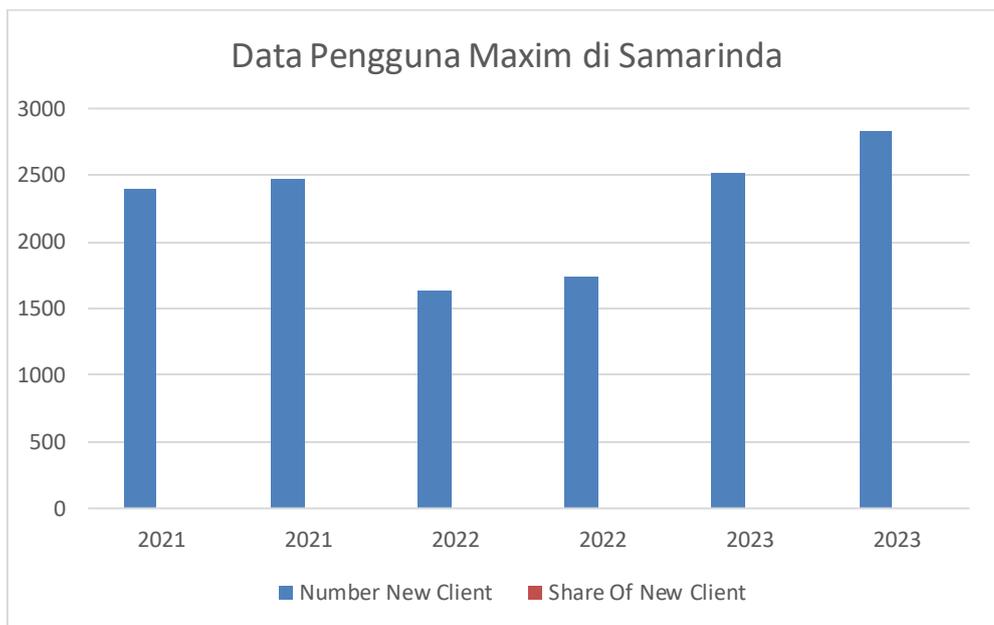
Sebagai salah satu dari platform transportasi daring terkemuka di Indonesia, Maxim terus meningkatkan kehadirannya dengan memperluas cakupan operasionalnya. Awalnya beroperasi di Jakarta pada tahun 2018, Maxim kemudian meluaskan jangkauannya ke kota-kota lain seperti Pekanbaru, Batam, Yogyakarta, dan Surabaya. Dengan langkah-langkah ini, Maxim tidak hanya memperluas cakupan geografisnya, tetapi juga meningkatkan ketersediaan layanannya bagi lebih banyak masyarakat di berbagai kota di Indonesia.

Maxim, selain fokus pada pelayanan berkualitas, juga menjalin kerjasama dengan Yayasan Pengemudi Selamat Sejahtera Indonesia (YPSSI) untuk memberikan perlindungan kepada para mitra pengemudi dan pengguna loyal Maxim. Kolaborasi ini memungkinkan Maxim untuk memberikan bantuan finansial bagi mereka yang mengalami kecelakaan saat menggunakan layanan tersebut, dengan tujuan memberikan bantuan penggantian biaya perawatan. Hingga bulan November 2022, upaya ini tetap berjalan sebagai bentuk komitmen Maxim terhadap keamanan dan kesejahteraan para pengguna dan mitra pengemudinya, total bantuan yang disalurkan telah mencapai lebih dari Rp 3.000.000.000,

menunjukkan komitmen Maxim dalam memberikan perlindungan dan keamanan bagi seluruh pengguna dan mitra pengemudinya.

Aplikasi Maxim telah sukses mencapai pencapaian yang luar biasa dengan jumlah unduhan melebihi 50 juta di berbagai wilayah Indonesia. Sebagian besar pengguna Maxim memilih perangkat Android sebagai platform utama mereka, dengan persentase mencapai 94,58%, sementara pengguna iOS hanya sebesar 5,42%. Dengan rata-rata rating 4,9 dari 5, baik pada sistem operasi Android maupun iOS, Maxim menjadi aplikasi favorit, khususnya di kalangan wanita, yang menyumbang sekitar 54,34% dari total pengguna, sementara laki-laki mencapai 45,66%. Maxim telah berhasil menjangkau berbagai kalangan masyarakat, Antara kelompok yang menggunakan layanan tersebut adalah pelajar, mahasiswa, tenaga kerja, ibu rumah tangga, dan lansia. Mayoritas pengguna berusia antara 25 hingga 35 tahun, yang mencapai hampir 40%, diikuti oleh pengguna di bawah 24 tahun yang mencapai 39,15% dari total pengguna. Di samping itu, persentase kontribusi dari pengguna yang berusia antara 36 hingga 46 tahun adalah 14,92%, sedangkan dari kelompok usia di atas 46 tahun adalah 6,01% (Id.taximaxim.com, 2023).

Sebuah kesaksian dari seorang pengguna yang telah memanfaatkan layanan Maxim sejak tahun 2019 mengindikasikan tingkat kepuasan yang tinggi dengan layanan tersebut: "Dari zaman kuliah sampai sekarang sudah bekerja, aplikasi Maxim sangat membantu saya. Dari awalnya hanya aplikasi transportasi, sekarang sudah banyak layanan dan fitur yang bisa saya gunakan." Hal ini mencerminkan kesuksesan Maxim dalam terus berkembang dan memenuhi kebutuhan beragam penggunaannya seiring berjalannya waktu (Id.taximaxim.com, 2023).



Gambar 1.2 Data Pengguna Maxim di Kota Samarinda

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Periode 2021 menunjukkan penambahan 2399 klien baru, dengan persentase pertumbuhan sebesar 5.21%. Pada 2021, penambahan klien baru sebesar 2466, dengan pertumbuhan sebesar 1.96%. Namun, pada 2022 terjadi penurunan signifikan sebesar -32.99%, dengan hanya 1639 klien baru. Pada 2022, klien baru meningkat kembali menjadi 1739, dengan pertumbuhan 6.10%. Tren positif kembali terlihat pada 2023 dengan penambahan 2519 klien baru, mencapai pertumbuhan 44.85%. 2023 juga menunjukkan peningkatan, dengan penambahan 2833 klien baru atau pertumbuhan sebesar 12.47%.

Persepsi harga merupakan evaluasi subjektif yang dilakukan oleh konsumen terhadap kesesuaian antara manfaat yang diperoleh dari produk dengan harga yang dibayar. Evaluasi terhadap nilai suatu barang, apakah dianggap mahal, murah, atau sedang, berbeda-beda antara orang karena

dipengaruhi oleh situasi di sekitarnya dan keadaan pribadi mereka masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memandang harga dari segi nilai nominal semata, melainkan juga dari perspektif kesesuaian manfaat dengan harga yang dibayarkan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengatur harga secara cermat agar dapat berhasil dalam memasarkan produk atau jasanya, dengan memperhatikan berbagai faktor yang memengaruhi persepsi harga konsumen (Septiani & Nurhadi, 2020).

Menurut Tampubolon (2021), Walaupun layanan ojek online seperti Maxim mungkin menawarkan harga yang lebih kompetitif, terkadang terdapat kesenjangan antara harga yang tertera di aplikasi dengan yang sebenarnya dibebankan oleh pengemudi Maxim. Selain itu, ketidaksesuaian kendaraan yang tiba dengan yang telah dijelaskan dalam aplikasi juga bisa terjadi. Padahal, sistem data yang terintegrasi dalam platform ojek Maxim seharusnya memungkinkan untuk melacak aktivitas pengemudi dan mengidentifikasi pelanggaran. Selain itu, konsumen juga memiliki kemampuan untuk memberikan penilaian langsung terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengemudi Maxim. Oleh karena itu, walaupun harga menjadi faktor penting, kualitas layanan dan keandalan dalam pengiriman menjadi hal yang tak kalah penting dalam menjaga kepercayaan konsumen dan mempertahankan pangsa pasar.

Harga memiliki peranan penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti yang diungkapkan oleh Tjiptono (2014:149). Bukan hanya sebagai elemen pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan, harga juga berdampak besar pada bagaimana pelanggan memandang nilai dari produk atau layanan yang disediakan. Dalam pandangan pelanggan, harga bukan hanya sekadar biaya yang harus dibayar, tetapi juga menjadi indikator kualitas, nilai, dan kepuasan yang diharapkan dari produk atau layanan tersebut. Oleh karena itu, peran harga dalam perspektif pelanggan sangatlah penting untuk dipertimbangkan dalam strategi pemasaran dan penetapan harga perusahaan (Safitri & Hayati, 2022).

Pemberian layanan yang unggul tidak hanya memberikan dampak yang positif dan penting pada kepuasan para pelanggan, namun juga menjadi elemen esensial dalam membangun kepuasan mereka. Dengan menyediakan layanan yang berkualitas, ini bisa mengakibatkan terciptanya kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan Kesempatan bagi perusahaan untuk memastikan kepuasan pelanggan dengan pengalaman yang mereka alami (Akbar & Parvez, 2009).

Menurut Lupiyoadi (2013:216), Evaluasi terhadap mutu layanan bisa dilakukan dengan melihat sejauh mana pelayanan yang disajikan kepada konsumen sesuai dengan harapan yang mereka miliki. Dalam konteks Maxim, untuk menilai peran kualitas layanan di mata pelanggan, Penting untuk memahami sejauh mana kesesuaian antara ekspektasi pengguna dengan realitas pelayanan yang disediakan oleh Maxim.

Selain tingkat kepuasan dari layanan yang diberikan, harga juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, khususnya dalam situasi penggunaan layanan transportasi. Temuan ini didukung oleh beberapa peneliti lain yang menegaskan bahwa baik kualitas pelayanan maupun harga memiliki peran yang signifikan dalam membentuk kepuasan pengguna jasa (Pasharibu *et al.*, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan korelasi yang kuat antara harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dapat disarikan bahwa faktor-faktor ini memiliki pengaruh yang penting terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Namun, peneliti ingin melakukan modifikasi terhadap variabel-variabel independen tersebut dari penelitian-penelitian sebelumnya. Modifikasi dilakukan dengan menggabungkan variabel harga dan kualitas layanan menjadi satu variabel tunggal, yang mencerminkan persepsi pelanggan terhadap nilai keseluruhan dari pelayanan yang diberikan (Akbar & Parvez, 2009), (Pasharibu *et al.*, 2018), (M. F. Sari & Kustijana B, 2012) Berdasarkan penjelasan sebelumnya, tujuan dari studi ini adalah untuk mengevaluasi apakah faktor-faktor seperti harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna saat

menggunakan layanan transportasi online. Karena itulah, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki seberapa signifikan pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam industri transportasi online.

Studi ini juga mencakup aspek harga dan kualitas layanan yang diuji sebagai variabel yang relevan. Penelitian tersebut juga menegaskan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh harga dan kualitas layanan, memberikan kontribusi teoritis yang berharga bagi studi-studi sejenis. Selain itu, dalam konteks praktis, hasil penelitian ini menekankan pentingnya bagi manajemen transportasi daring untuk mempertimbangkan faktor harga dan kualitas layanan dalam operasional bisnis mereka, terutama dalam upaya mencapai kepuasan pelanggan yang optimal.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kota Samarinda?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim di Kota Samarinda?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis dan mengetahui apakah harga mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan Maxim di Kota Samarinda.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui apakah kualitas layanan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan Maxim di Kota Samarinda.

1.4 Manfaat Penelitian

Tujuan yang diinginkan dari penelitian ini termasuklah aspek-aspek berikut ini yang diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan:

1. Manfaat Teoritis
Studi ini dapat memperluas pengetahuan penulis, terutama dalam hal dampak Harga dan Kualitas Layanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Maxim di Kota Samarinda.
2. Manfaat Praktis
Harapannya, temuan dari penelitian ini bisa menjadi tambahan informasi yang berguna untuk memperluas pengetahuan, serta menjadi acuan untuk penelitian masa depan. Selain itu, diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan menjadi pertimbangan penting bagi para pemasar dalam mengambil keputusan.